

**PENGARUH PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
INDUSTRI BARANG KONSUMSI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang
Terdaftar di BEI tahun 2014-2017)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

WAHYU KARTIKA LARASATI

NIM. 145020301111093

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi



JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

**PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
INDUSTRI BARANG KONSUMSI (Studi pada Perusahaan Manufaktur
Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2017)”**

yang disusun oleh:

Nama: Wahyu Kartika Larasati

NIM: 145020301111093

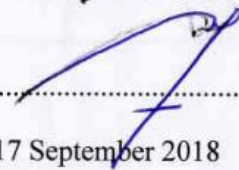
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Jurusan: Akuntansi

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 September 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.
NIP. 19681029 199903 2 001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Endang Mardiaty, M.Si., Ak., CA.
NIP. 19590902 198601 2 001
(Dosen Penguji I)
3. Abdul Ghofar, DBA., CPA., Ak., CA.
NIP. 19760628 200212 1 002
(Dosen Penguji II)



Malang, 17 September 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Dr. Endang Mardiaty, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Wahyu Kartika Larasati

NIM: 145020301111093

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Jurusan: Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
INDUSTRI BARANG KONSUMSI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang
Terdaftar di BEI tahun 2014-2017)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjananya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 02 September 2018

Pembuat Pernyataan,



Wahyu Kartika Larasati

NIM 145020301111093

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing dari mahasiswa:

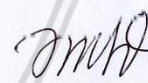
Nama: Wahyu Kartika Larasati
NIM: 145020301111093
Jurusan: Akuntansi
Judul Skripsi: **PENGARUH PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2017)**

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan mengakses http://www.idx.co.id/id_id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx. Diakses pada 21 April 2018 sampai dengan 28 Agustus 2018.

Demikian surat keterangan ini saya buat, untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Malang, 03 September 2018

Dosen Pembimbing



Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si.,
Ak., CA., CSRS., CSRA., CMA.

NIP. 19681029 199903 2 001

RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Wahyu Kartika Larasati

Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 22 April 1996

Alamat Rumah : Jl. R.E. Martadinata no. 32, Pacitan

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

E-mail : wahyukartikalarasati@gmail.com

HP : +6282213369432



Riwayat Pendidikan Formal

2011-2014 SMA Negeri 1 Pacitan

2008-2011 SMP Negeri 1 Pacitan

2005-2008 SD Negeri Sumberharjo

Pengalaman Organisasi

2016-sekarang Anggota Himpunan Mahasiswa Islam Kom. Ekonomi dan Bisnis

2015-2017 Anggota *Economics and Business Dance Club*

2014-2017 Anggota Mahasiswa Wirausaha

2014-sekarang Anggota Forda Kappama

Pengalaman Kerja

2018 Staff Badan Usaha Non Akademik Univ. Brawijaya

2018 Staff Konsultan Keuangan dan Pajak iAccaountax

2017-2018 Staff Administrasi dan Keuangan *Learning of Development Center* (LDC) FEB UB

2017 Staff Magang KAP Syafriel

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2017)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Selama pengerjaan skripsi ini, peneliti mendapat banyak dukungan, bantuan, do’a serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua peneliti (Bapak, Ibu, Eyang) yang selalu mendoakan dan telah memberikan banyak bantuan secara moril maupun materil untuk kelancaran skripsi ini. Serta adik-adikku (Hanum, Rere, Nafa, Astrid, Kemal) yang selalu memberi semangat dan dukungannya.
2. Bapak Nurkholis, SE., M.Bus.(Acc)., Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Roekhudin, Ak., CSRS., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Dr. Wuryan Andayani, Ak. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberi nasihat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
5. Ibu Dr. Endang Mardianti, Ak dan Bapak Abdul Ghofar, DBA.,CPMA., Ak., CA selaku dosen Penguji I dan dosen Penguji II
6. Seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, khususnya dosen dan karyawan Jurusan Akuntansi.

7. Keluarga besar Mahasiswa Wirausaha 2014, Kappama 2014, *Economics and Business Dance Club* 2015, dan seluruh keluarga Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Ekonomi dan Bisnis Korkom Brawijaya yang telah menjadi lebih dari rumah kedua selama masa perkuliahan. *Specially*, kanda Rony yang selalu jadi pembimbing bayangan tanpa bayaran.

8. Sahabat-sahabat kuliah, Rahma, Nungki, Henna, Amel, Dian, Jingga, Sari, Risa, Eltria, dan Intan yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini

9. Sahabat-sahabat jauh, Restu, Bina, Winda, Rahma, Nomi, Abi, Iluth, Nasrul, dan Gandis yang terus memberikan *support* dan rindunya.

9. Teman-teman dari LDC (Teh Uma yang bareng pejuang skripsi, Mas Bro Angga yang penuh janji manis, Mas Bro Ucup proofreader bab 1 sampai 5, Cabel, Damar, Neng Lay, Kanda Adin, dan Akung Habib yang rajin ngingetin aku gak doyan ayam kalua ada yang *go-food*) senantiasa menghibur dan mau direpotin setiap saat. Tidak lupa keluarga baru Badan Usaha Non Akademik yang sering saya kesampingkan ketika sibuk ngurus kompre dan yudisium, terimakasih atas pengertiannya.

10. Saudari Irma Kurniasari yang punya banyak peran berharga di kehidupan saya selama ini, *last but not least* Achmad Faizal Lazuardian yang sudah tidak perlu lagi saya jelaskan status dan jasa-jasanya selama tiga tahun terakhir ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua yang membaca.

Malang, 17 September 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teori	5
1.4.2 Manfaat Praktik	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Agency Theory	8
2.1.2 Signal Theory	9
2.1.3 Stakeholder Theory	10
2.1.4 Corporate Social Responsibility	11
2.1.5 Kinerja Keuangan	13
2.1.6 Reputasi Perusahaan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konsep	17
2.4 Pengambilan Hipotesis	18
2.4.1 Pengaruh Pelaporan CSR terhadap Kinerja Keuangan	18

2.2.2 Pengaruh Pelaporan CSR terhadap Reputasi Perusahaan	19
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Definisi Operasional Variabel	24
3.4.1 Variabel Independen (X)	24
3.4.2 Variabel Dependen (Y)	25
3.5 Metode Analisis Data	26
3.5.1 Uji Normalitas Data	27
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.5.3 Uji Hipotesis	29
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Analisis Deskriptif	31
4.2 Hasil Pengujian Normalitas	33
4.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	36
4.3.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	36
4.3.2 Hasil Pengujian Autokorelasi	37
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis	39
4.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	39
4.4.2 Hasil Uji t	40
4.4.3 Hasil Uji Statistik F	41
4.4.4 Hasil Uji Regresi Sederhana	42
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	44
BAB V	46
PENUTUP	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Keterbatasan Penelitian	47
5.3 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	54
Lampiran 1	54

Lampiran 2 55

Lampiran 3 59

Lampiran 4 66



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Sampel berdasarkan Kriteria Seleksi Sampel.....	31
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif	32
Tabel 4.3 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov test</i> Model 1	35
Table 4.4 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov test</i> Model 2	35
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Autokorelasi Model 1	36
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Autokorelasi Model 2	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 pada Model 1	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 pada Model 2	39
Tabel 4.9 Hasil Uji t pada Model 1	40
Tabal 4.10 Hasil Uji t pada Model 2	40
Tabel 4.11 Hasil Uji F pada Model 1	41
Tabel 4.12 Hasil Uji F pada Model 2	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 1	42
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 2	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	18
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Pplot Residual Model 1	31
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Pplot Residual Model 2	32
Gambar 4.4 Uji Heterokedaksitas dengan Scatterplots Model 1	36
Gambar 4.5 Uji Heterokedaksitas dengan Scatterplots Model 2	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi	54
Lampiran 2Daftar Pengolahan Data dari Laporan Perusahaan tahun 2014-2017 ..	55
Lampiran 3Analisis Data SPSS.....	59
Lampiran 4Daftar Penelitian Terdahulu	66



ABSTRAK

Pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI tahun 2014 – 2017)

Oleh:

Wahyu Kartika Larasati
145020301111093

Dosen Pembimbing:

Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak., CSRS., CSRA., CMA.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang dipengaruhi Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia yang menerbitkan laporan tahunannya pada BEI tahun 2014-2017. Faktor-faktor tersebut adalah Kinerja Keuangan yang diproksikan nilai ROE juga faktor Reputasi Perusahaan. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling yang kemudian diperoleh 60 laporan keuangan tahunan yang memenuhi kriteria. Pengolahan data dilakukan dengan *content analysis* pada poin pelaporan CSR menggunakan indikator GRI dan Reputasi Perusahaan menggunakan poin Anggoro pada bukunya tahun 2010. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelaporan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif pada kinerja keuangan dan berpengaruh positif pada reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Pelaporan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan, ROE, Reputasi Perusahaan, *Content analysis*

ABSTRACT

***The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting on
Corporate Financial Performance and Reputation in the Consumer Goods
Industry Sector, Manufacturing Company***

***(Study on the Consumer Goods Industry Sector, Manufacturing Company
Listed on the IDX in 2014 - 2017)***

By:

Wahyu Kartika Larasati

145020301111093

Supervisor:

Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Sc., Ak., CSRS., CSRA., CMA.

This study aims to examine the factors that are influenced by the reporting of Corporate Social Responsibility (CSR) in manufacturing companies in the consumer goods industry sector in Indonesia that publishes their annual reports on the IDX in 2014-2017. These factors are Financial Performance which is interpreted as the value of ROE, also Company's Reputation factor. The sample determination method used is purposive sampling which then obtained 60 annual financial statements that meet the criteria. Data processing was carried out by content analysis on CSR reporting points using the GRI indicator and the Company's Reputation using Anggoro points in its 2010 research. The results of this study indicate that the Corporate Social Responsibility reporting variables has a negative effect on financial performance and has a positive effect on the company's reputation.

Keywords: Corporate Social Responsibility Reporting, Financial Performance, ROE, Corporate Reputation, Content Analysis

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja keuangan kini tidak lagi menjadi satu-satunya faktor yang menentukan pengambilan keputusan. Menurut *survey* penelitian yang telah dilakukan Epstein dan Freedman (1994) dalam Kurnianto (2010) ditemukan faktor lain yang menarik untuk investor, investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memasukkan aspek kegiatan sosial dalam laporan tahunannya. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kebanyakan investor juga menginginkan perusahaan untuk memasukkan aspek etika, hubungan dengan karyawan, dan keterlibatan dengan komunitas sekitar dalam laporan tahunannya. Hal ini mengindikasikan investor sangat tertarik dengan pengungkapan laporan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pelaporan CSR merupakan salah satu wadah yang dibutuhkan *stakeholder* baik internal maupun eksternal perusahaan untuk mengetahui informasi mengenai aspek keuangan, sosial, dan lingkungan.

Anggraini (2006) menjelaskan bahwa banyak aktivitas perusahaan yang dapat berdampak mencemari lingkungan, sehingga timbul tekanan beberapa pihak khususnya masyarakat kepada perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan mengenai aktivitas sosial dalam laporan tahunan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak

memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Kusumadilaga, 2010). Teori yang sesuai yaitu, *Legitimacy theory* dimana dinyatakan bahwa organisasi hanya bisa bertahan apabila masyarakat dimana organisasi tersebut berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sama dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat.

Pentingnya aktivitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga mendapatkan perhatian dari pemerintah, hal tersebut dapat dilihat dari adanya Undang-undang yang mengatur mengenai ketentuan tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi Perseroan terbatas. UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 dan 74, pada pasal 66 ayat 2 bagian c tertulis bahwa selain laporan keuangan, dalam laporan tahunan perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam UU pasal 74 menyatakan bahwa setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang diatas, dikuatkan lagi dengan Peraturan Pemerintah nomor 47 tahun 2012 yang berisi sembilan pasal dimana salah satunya mengatur mengenai mekanisme pelaksanaan tanggung jawab sosial. Di Indonesia sendiri masih banyak kasus pencemaran lingkungan khususnya udara akibat pencemaran limbah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Seperti yang sering terjadi di kota Kediri bagaimana langit kota sering ditutupi asap karena akibat aktivitas perusahaan Gudang Garam atau

seperti yang diberitakan media Merdeka.com bahwa pada awal tahun ini, Januari 2018 diketahui jika sungai Bekasi tercemar limbah 18 industri di sekitar sungai dengan tingkat polusi berat, atau berita pencemaran lingkungan yang masih sering terjadi pada sektor lain, seperti tambang, tekstil, dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini pelaporan CSR yang peneliti ambil berdasarkan data laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Analisis kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan nilai dari ROE (*Return on Equity*). Alasan dipilihnya ROE, menurut penelitian Hanafi (1996) dalam Rahayu (2010) bahwa ROE adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Maya (2008) menjelaskan ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (1) *Profitability*, (2) *Asset Management*, dan (3) *Financial Leverage*.

Reputasi perusahaan pada penelitian ini mengacu poin-poin pada buku Anggoro, M. (2010:62) yaitu (1) Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang; (2) Keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraihinya; (3) Keberhasilan ekspor; (4) Hubungan industri yang baik; (5) Reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar; (6) Kesiediaan turut memikul tanggung jawab sosial; dan (7) Komitmen mengadakan riset.

Beberapa penelitian terdahulu mendapatkan hasil yang beragam dalam mengukur hubungan pelaporan CSR terhadap kinerja perusahaan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011) memberikan hasil pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, didukung dengan penelitian terbaru Husnan (2013). Hasil yang berbeda didapat pada penelitian Wirakusuma (2012) dimana dari penelitian tersebut didapat pelaporan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Penelitian mengenai pengaruh pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan menurut penelitian Amanti (2012) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan kembali yang ditemukan dari penelitian Reny (2012) menyatakan bahwa ada korelasi signifikan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Dari beberapa alasan di atas dengan didasari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan menambahkan satu variabel dependen yaitu reputasi perusahaan perusahaan. Peneliti mengambil penelitian dengan judul, **“Pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan?
2. Apakah terdapat pengaruh pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk :

1.4.1 Manfaat Teori

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dalam menyusun laporan dan bahan perbandingan hasil penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktik

1.4.2.1 Bagi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi

Bagi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan, masukan dan saran dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan.

1.4.2.1 Bagi Investor

Hasil penelitian tentang pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan dapat digunakan investor sebagai pertimbangan untuk menentukan tempat investasi yang baik dari segi reputasi perusahaan berdasar tingkat pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai isi skripsi, maka peneliti menyiapkan suatu sistem penelitian. Adapun sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang penelitian pengaruh pelaporan pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang melandasi penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan judul. Teori ini akan didapat dari studi kepustakaan beberapa literatur.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang populasi dan sampel penelitian, jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang pembahasan dari semua rumusan masalah yang diangkat.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan berisi kesimpulan dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya dan berisi saran-saran yang diharapkan akan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi semua pihak.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Sebagai pendukung penelitian ini, maka perlu dikemukakan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam pembuatan laporan. Beberapa landasan teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.1.1 Agency Theory

Agency theory merupakan teori yang mengungkapkan adanya kontrak kerja antara *principal* dengan *agent* (Norpratiwi 2004) dalam Ariningtika (2013). *Agency* yang dimaksud dalam hal ini adalah manajer yang didelegasikan kewenangan untuk mengelola kekayaan oleh *principal* atau investor. Investor memiliki harapan dengan adanya delegasi pengelolaan tersebut, mereka akan memperoleh keuntungan dengan bertambahnya kekayaan dan kemakmuran investor. Ariningtika pada penelitian yang sama menyatakan hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah ketika pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai tujuan yang berbeda. Pemilik modal menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para pemilik modal, sedangkan manajer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer. Inti dari teori agensi adalah pemisahan fungsi antara kepemilikan perusahaan oleh investor dan pengendali perusahaan oleh manajemen.

Ujiyanto dan Pramuka pada penelitiannya tahun 2007 dalam Ariningtika (2013) menyatakan, adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pemilik memberikan kesempatan kepada manajer untuk

bertindak oportunistis guna memaksimalkan keuntungan pribadi. Tindakan oportunistik, seperti manajemen laba merupakan permasalahan keagenan yang dapat menyesatkan *stakeholder* khususnya investor mengenai nilai pasar perusahaan dan posisi keuangan sehingga memungkinkan investor membuat keputusan yang salah. Oleh karena itu, manajemen laba dipandang sebagai suatu *agency cost* (Zahra, 2005) dalam Ariningtika (2013).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen seperti biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Kemudian sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai *agent* akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, salah satunya dengan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan CSR.

2.1.2 Signal Theory

Sinyal-sinyal keberhasilan manajemen dalam sebuah perusahaan disampaikan kepada pemilik, hal inilah yang dijelaskan dalam teori sinyal. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetris informasi terhadap pihak eksternal perusahaan termasuk investor dan kreditor. Asimetri informasi terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan yang lebih banyak dan informasi lebih cepat dibandingkan pihak eksternal. Guna mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau

CSR merupakan salah satu informasi yang diungkapkan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Menurut penelitian Wirakusuma dan Yuniarsih (2007) dalam Rahayu (2010) konsep teori sinyal, menyatakan bahwa perusahaan memberikansinyal sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder*.

2.1.3 Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *stakeholder* berkuasa, maka makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya menurut Gray, Kouhy dan Adams, dalam Rinaldy (2011).

Pada awalnya pemegang saham hanya dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan, namun lama kelamaan kini telah berubah secara harfiah. Pandangan ini didasarkan pada argumen Freedman dalam Rinaldy (2011) yang mengatakan bahwa tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimumkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freedman juga tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder*

dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*), seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator. Jones (1995) dalam Husnan (2013) mendefinisikan pemangku kepentingan (*stakeholders*) sebagai orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.

2.1.4 Corporate Social Responsibility

Pendapat Darwin (2004) dalam Kurnianto (2010), *Corporate Social Responsibility* merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*. John Elkington dalam Kurnianto (2010) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P”. Perusahaan harus mampu memenuhi mengenai kesejahteraan masyarakat (*people*), turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), serta mengejar keuntungan (*profit*). *Triple P bottom line* (3P) dijelaskan sebagai berikut :

1. *Profit* (keuntungan)

Perusahaan harus mendapatkan *profit* untuk melangsungkan kehidupan bisnisnya. Aktivitas yang dapat digunakan untuk meraih *profit* yaitu dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Peningkatan produktivitas dilakukan dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan

proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan, termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan biaya serendah mungkin.

2. *People* (Masyarakat)

Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Masyarakat tidak dapat dipungkiri menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan perusahaan. Perusahaan jika ingin tetap bertahan dan diterima, maka perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat sekitar. Operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat.

3. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan manusia. Semua kegiatan yang manusia lakukan berhubungan dengan lingkungan. Lingkungan dapat menjadi teman atau musuh manusia tergantung bagaimana memperlakukannya. Hubungan manusia dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika manusia merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada manusia. Sebaliknya, jika lingkungan dirusak, maka manusia akan mendapat akibatnya.

Sejak tahun 1979 konsep pertanggungjawaban sosial sudah dikenal yang secara umum diartikan sebagai organisasi yang tidak hanya menyediakan

barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada.

Penelitian Darwin (2004) dalam Kurnianto (2010) menemukan bahwa dalam pelaporan CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Kinerja sosial di dalamnya termasuk kepuasan pelanggan, karyawan, penyedia modal dan sektor publik. Kinerja lingkungan di dalamnya termasuk bahan baku, energi, air keragaman hayati, emisi sungai, sampah, pemasok dan jasa, pelaksanaan dan angkutan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan sebagai media oleh perusahaan untuk mempertanggungjawabkan pelaporan kegiatan sosial yang telah diberikan kepada masyarakat.

2.1.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban Kurnianto (2010). Penilaian kinerja keuangan adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Martono (2002) dalam Kurnianto (2010) menyatakan analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri dinilai sangat relevan dalam persaingan industri. Hal ini disebabkan karena kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan namun juga faktor eksternal

perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*). Indikator ini dapat diukur dengan rasio profitabilitas seperti ROE.

Return on Equity (ROE) adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih (*net income*) dengan *total stokholder's equity* perusahaan. Maya (2008) menjelaskan ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (1) *Profitability*, (2) *Asset Management*, dan (3) *Financial Leverage*.

2.1.6 Reputasi Perusahaan

Susanto (2007) dalam Saputri (2010) menyatakan bahwa, perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Adapun menurut Anggoro, M. (2010:62) reputasi perusahaan adalah citra dari suatu organisasi keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya. Reputasi perusahaan dapat terbentuk oleh banyak hal. Poin yang dapat meningkatkan citra pembentuk reputasi perusahaan antara lain:

1. Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang
2. Keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraihny
3. Keberhasilan ekspor
4. Hubungan industri yang baik

5. Reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar
6. Kesiediaan turut memikul tanggung jawab sosial
7. Komitmen mengadakan riset

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti merujuk beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Kajian terhadap penelitian sebelumnya ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan juga dasar penelitian terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut ini merupakan uraian beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Kurnianto (2010) meneliti mengenai pengaruh pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan dengan sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2008. Penelitian tersebut menggunakan variabel kinerja keuangan yang diproksikan nilai ROE dan *abnormal return*. Hasil dari penelitian tersebut, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan nilai ROE dan *abnormal return*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah, perbedaan populasi dan sampel perusahaan beserta adanya penambahan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan.

Indrawan (2011) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan pasar yang diukur dengan nilai ROE dan nilai CAR. Hasil dari penelitian tersebut pelaporan CSR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dan pasar.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah, perbedaan populasi dan sampel perusahaan beserta adanya penambahan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan.

Hernita (2011) meneliti mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan dengan hasil penelitian pelaporan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah, perbedaan variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan reputasi perusahaan.

Amanti (2012) meneliti tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi. Hasil dari penelitian tersebut GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah adanya perbedaan variabel dependen dan sampel perusahaan yang digunakan.

Wirakusuma (2012) meneliti pengaruh tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada hubungan antara kinerja keuangan dengan variabel dependen hubungan ROA dengan *return* saham dan hubungan EVA dengan *return* saham. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah, perbedaan populasi dan sampel perusahaan beserta adanya penambahan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan.

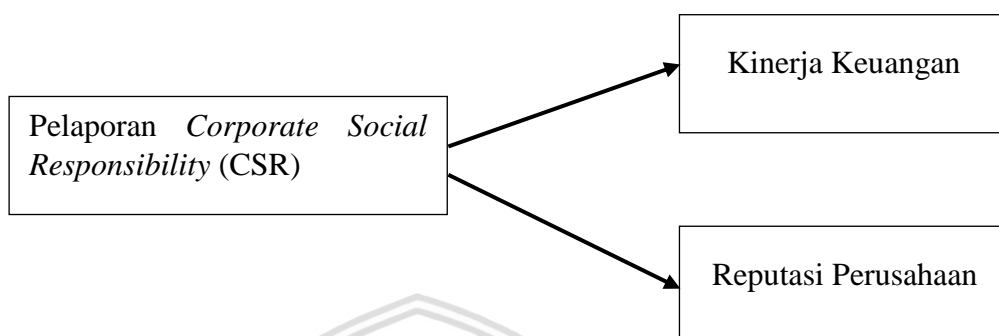
Husnan (2013) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR *Disclosure*) terhadap kinerja keuangan perusahaan, dalam penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan ROA, ROE, ROS dan Current Rasio. Hasil dari penelitian tersebut adalah pelaporan CSR memiliki pengaruh terhadap ROA dan ROS namun tidak memiliki pengaruh terhadap ROE dan *Current Ratio*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah, perbedaan populasi dan sampel perusahaan beserta adanya penambahan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan.

Novian (2013) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Market Value Added* (MVA) perusahaan manufaktur dan pertambangan dengan hasil pelaporan CSR berpengaruh terhadap MVA. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian sekarang adalah perbedaan variabel dependen.

2.3 Kerangka Konsep

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yaitu satu variabel independen yaitu pelaporan *Corporate Social Responsibility* dan dua variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan reputasi perusahaan. Keterkaitan yang terjadi antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka konsep berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konsep



2.4 Pengambilan Hipotesis

Adapun pengambilan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Pelaporan CSR terhadap Kinerja Keuangan

Berdasar pada teori agensi dimana perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak rendah, akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen seperti biaya pelaporan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai *agent* akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak *principal* sehingga laba yang diungkapkan akan rendah. Laba yang rendah tentu akan berdampak pada rendahnya kinerja keuangan yang diproksikan nilai ROE.

Beberapa penelitian terdahulu mendapatkan hasil yang beragam dalam mengukur hubungan pelaporan CSR terhadap kinerja perusahaan pada penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011) memberikan hasil pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, didukung dengan penelitian terbaru Husnan (2013). Hasil yang berbeda didapat pada penelitian Wirakusuma (2012) dimana dari penelitian

tersebut didapat pelaporan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₁: Pelaporan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap Kinerja Keuangan

2.2.2 Pengaruh Pelaporan CSR terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasar teori sinyal, informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu sinyal positif dari perusahaan untuk disampaikan kepada *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Pengungkapan CSR ini diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Sejalan dengan teori *stakeholder*, pengungkapan CSR dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya untuk mengungkapkan pertanggungjawabannya dalam pengelolaan modal dari investor. Susanto (2007) dalam Saputri (2010) dalam kajiannya menjelaskan bahwa CSR akan meningkatkan citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan menurut penelitian Amanti (2012) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan kembali yang ditemukan dari penelitian Reny (2012) yang menyatakan bahwa ada korelasi signifikan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: Pelaporan CSR memiliki pengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode pendekatan deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat yang kemudian akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan statistik (Setyawan, 2017). Penelitian kuantitatif ini memiliki hubungan variabel pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *content analysis* untuk menghitung pelaporan *Corporate Social Responsibility* dengan indikator GRI dan nilai reputasi perusahaan dengan poin-poin Anggoro (2010:62). Sedangkan uji pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan menggunakan uji regresi linier sederhana yang dilakukan 2 kali, yaitu model 1 untuk pengaruh pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel kinerja keuangan yang diproksikan ROE, dan model 2 terhadap variabel reputasi perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode sampel nonprobabilitas, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk



dipilih menjadi sampel. Adapun tipe nonprobabilitas yang dipilih dalam penelitian ini adalah tipe *purposivesampling* (sampel bertujuan), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Berdasarkan pertimbangan di atas maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel tersebut ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsiyang secara terus menerus *listing* di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian
2. Perusahaan yang memiliki laporan tahunan lengkap dan dapat diakses pada *website* resmi Bursa Efek Indonesia

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai publikasi, khususnya laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan pada *website* resmi Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Adapun data yang digunakan penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, baik secara positif maupun negatif. Variabelindependen dalam

penelitian ini adalah pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaporan *Corporate Social Responsibility*(CSR) merupakan salah satu wadah yang dibutuhkan *stakeholder* baik internal maupun eksternal perusahaan untuk mengetahui informasi mengenai aspek keuangan, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini nilai pelaporan CSR menggunakan indikator GRI yang diukur menggunakan *content analysis*.

3.4.2 Variabel Dependen (Y)

Variable dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Kinerja Keuangan (Y_1) dan Reputasi Perusahaan (Y_2). Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dihubungkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban, Ermayanti(2009) dalam Kurnianto (2010). Penelitian ini memfokuskan analisis kinerja perusahaan dengan nilai dari ROE (*Return on Equity*). Alasan dipilihnya ROE, dalam penelitian Fahrizal (2013) Halim dan Hanafi menyatakan bahwa ROE (*Return on Equity*) adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari sudut pandang pemegang saham. Maya (2008) menjelaskan ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (1) *Profitability*, (2) *Asset Management*, dan (3) *Financial Leverage*, sehingga nilai *Return on Equity* (ROE) mampu dijadikan proksi dari variabel kinerja keuangan.

Menurut Susanto (2007) dalam Saputri (2010), perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian diatas, peneliti mengukur reputasi perusahaan dengan beberapa poin citra pembentuk reputasi perusahaan pada penelitian ini mengacu poin-poin pada buku Anggoro (2010:62) yaitu (1) Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang; (2) Keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraihinya; (3) Keberhasilan ekspor; (4) Hubungan industri yang baik; (5) Reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar; (6) Kesiediaan turut memikul tanggung jawab sosial; dan (7) Komitmen mengadakan riset yang pada penelitian ini diukur menggunakan *content analysis*.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan metode statistik inferensial. Metode statistik inferensial digunakan untuk mengetahui dan mengukur derajat pengaruh atau perbedaan antara dua variabel. Sebelum melakukan analisis, data yang telah dikumpulkan diolah terlebih dahulu agar siap untuk dianalisis (Setyawan, 2017).

Penelitian ini menggunakan teknik perhitungan *content analysis* untuk pengolahan data dan pengujian pengaruh dengan uji regresi linier sederhana. Cara perhitungan *content analysis* adalah, tahap pertama yaitu pemberian

skor pada setiap indikator GRI untuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan poin-poin Anggoro untuk reputasi perusahaan. Skor 0 diberikan jika tidak diungkapkan dan skor 1 jika diungkapkan. Tahap kedua adalah mengakumulasi berapa item pengungkapan dari tiap indikator dan poin tersebut dijadikan sebagai nilai akhir. Selanjutnya, data yang siap diproses menggunakan bantuan *software SPSS 23.0 for windows* untuk dicari nilai maksimum, minimum, *mean*, dan standar deviasi masing-masing variabel.

3.5.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel dependen dan variabel independen yang berdistribusi secara normal atau tidak normal, menurut penelitian Setyawan (2017). Uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan membaca grafik normal *P-Pplot test* dan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov test* dikarenakan terdapat kelemahan pada uji *P-Pplot test* dan jumlah *sample* data yang lebih dari 50 *sample*.

Adapun pengambilan kesimpulan *Kolmogorov-Smirnov test* ditentukan sebagai berikut:

- a. Jika Asymp. Sig < taraf signifikansi ($\alpha = 0.05$) maka data berdistribusi tidak normal.
- b. Jika Asymp. Sig > taraf signifikansi ($\alpha = 0.05$) maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2011:160-165)

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model telah memenuhi kriteria tidak terdapat multikolinieritas, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat autokorelasi Sudrajat (1988) dalam Setyawan (2017). Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen pada tiap uji, maka uji multikorelasi pada penelitian ini ditiadakan. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan pada pengamatan yang lain. Apabila *varians* dari residual satu pengamatan pada pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu (Ghozali, 2011:139). Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Scatterplots*.

3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk melihat adanya pengaruh anggota observasi yang diurutkan menurut waktu seperti dalam data deretan waktu atau diurutkan menurut ruang seperti dalam data *longitudinal studies* pada jurnal penelitian Gujarati tahun 2000 dalam Setyawan (2017). Autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan uji *Durbin Watson*. Pengambilan

kesimpulan pada uji *Durbin Watson* adalah apabila hasil *Durbin Watson* $test \pm 2$, maka dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi pada regresi linear (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan *varians* dan variabel dependennya. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Hal tersebut mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel dependen (Y) dapat diterangkan oleh variabel independen (X) (Ghozali, 2011:97).

3.5.3.2 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen (Gozali, 2009:88). Langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

a. Menetapkan nilai statistik t dengan ketentuan tingkat signifikansi (*level of significance* - α) harus di bawah 0,05.

b. Mengambil Keputusan

1. Apabila tingkat signifikansi nilai statistik t menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Apabila tingkat signifikansi nilai statistik t menurut hasil perhitungan lebih besar daripada 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen

3.5.3.3 Uji F

Uji F berfungsi untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan derajat kepercayaan 5%. Kriteria selanjutnya adalah membandingkan nilai hasil perhitungan F dengan nilai F menurut tabel. Jika Nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka H_0 ditolak (Ghozali, 2011:98) H_0 yang ditolak menandakan hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

3.5.5.4 Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dipilih untuk menguji pengaruh variabel penelitian ini variabel yang terlibat hanya ada satu X dan satu Y pada masing-masing uji. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mewakili variabel independen (X_1), sedangkan kinerja keuangan perusahaan (ROE) (Y_1) dan Reputasi Perusahaan (Y_2) menyebabkan uji ini dilakukan dua kali dengan persamaan yang sama. Adapun persamaan regresi linier sederhana yang digunakan adalah:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja keuangan perusahaan (ROE)/ Reputasi Perusahaan

a_0 = Konstanta

a_1 = Koefisien X_1

X_1 = Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

e = *Error*



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel penelitian dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Sampel berdasarkan Kriteria Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah Data
1	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang secara terus menerus listing di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian	193
2	Perusahaan dengan laporan tahunan tidak lengkap	133 -
	Perusahaan yang memiliki laporan tahunan lengkap dan dapat diakses pada website resmi Bursa Efek Indonesia	60

Sumber: (Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel di atas dapat diketahui jika jumlah data perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2014-2017 pada penelitian ini sebanyak 60 data laporan keuangan dari 15 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Data pada penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan di website resmi

BursaEfek Indonesia (www.idx.co.id).Pengujian hipotesis dalam penelitian ini



dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 23.0 *for windows*.

Setelah memperoleh sampel yang akan dijadikan sebagai data pengujian, maka pengolahan data pertama yang dilakukan adalah melakukan pengolahan data statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan pengujian statistik secara umum yang bertujuan untuk melihat distribusi data dari variabel yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dari hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai tertinggi (*maximum*), nilai terendah (*minimum*), rata-rata (*mean*), dan standar deviasidari setiap variabel yang diteliti. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
ROE	-8,79	55,40	17,3765	14,57884
Reputasi Perusahaan	1	7	4,33	1,734
Pelaporan CSR	0	47	22,07	14,435

(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Hasil uji statistik deskriptif menunjukan bahwa variabel ROE memiliki nilai minimum sebesar -8,79dan nilai maksimum 55,40. Nilai rata-rata ROE sebesar 17,3765 dengan standar deviasi sebesar 14,57884.Variabel Reputasi Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1dan nilai maksimum 7. Nilai rata-rata Reputasi Perusahaan sebesar 4,33 dengan standar deviasi sebesar 1,734.Variabel Pelaporan CSR memiliki nilai minimum sebesar 0

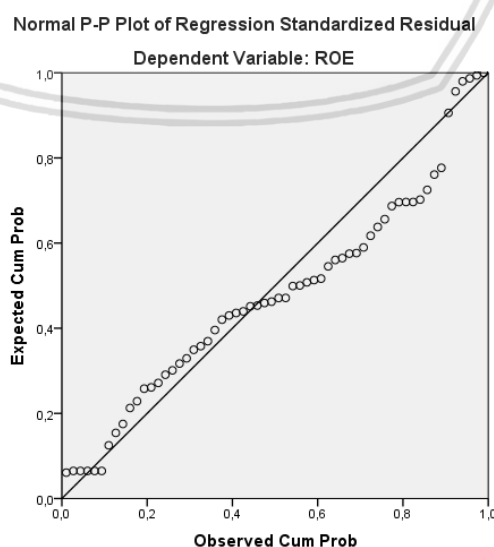
pengungkapan nilai maksimum 47 pengungkapan. Nilai rata-rata Pelaporan CSR sebesar 22,07 dengan standar deviasi sebesar 14,435.

4.2 Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model penelitian variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan pengujian grafik normal *P-Pplot test* dan *One-Sample Kolmogorov Smirnov test* yang terdapat dalam program SPSS 23.0 for Windows. Data dikatakan terdistribusi dengan normal apabila residual terdistribusi dengan normal yaitu memiliki tingkat signifikansi diatas 5% (Ghozali, 2011:160).

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual yang diperoleh dari model mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian menunjukkan residual berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari grafik normal P-Pplot pada gambar 4.1 – 4.2 berikut:

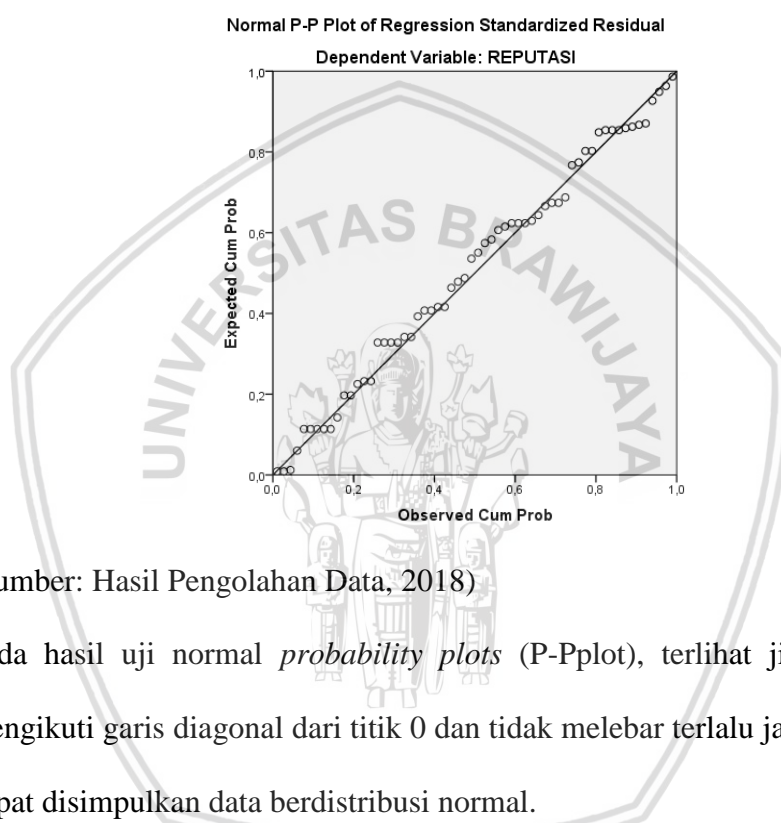
Gambar 4.1
Grafik Normal P-Pplot Residual Model 1



(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Pada hasil uji normal *probability plots* (P-Pplot), terlihat jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Grafik Normal P-Pplot Residual Model 2



(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Pada hasil uji normal *probability plots* (P-Pplot), terlihat jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Terdapat kelemahan pada P-Pplot tes ketika melakukan penafsiran. Secara grafik mungkin distribusi datanya normal, padahal secara statistik dapat berarti sebaliknya. Uji normalitas menggunakan P-Pplot tes ini perlu didukung untuk membuktikan hasilnya dengan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov Smirnov test*.

Hipotesis dari *One-Sample Kolmogorov Smirnov test* sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal

H_1 : Ada perbedaan distribusi residual dengan distribusi normal

Nilai Sig. (2-tailed) = 0,05

Hasil dari uji *Kolmogorov Smirnov* disajikan dalam tabel 4.3 – tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov test Model 1

<i>Test Statistic</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>
0,098	0,200

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Dari tabel 4.3, besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov variabel ROE adalah 0,098 dan nilai signifikansi sebesar $0,200 > \text{Asymp. Sig. (2-tailed)}$ sebesar 0,05. Berdasar hasil uji normalitas, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji model 1 memiliki distribusi data normal.

Tabel 4.4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov test Model 2

<i>Test Statistic</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>
0,111	0,063

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Dari table 4.4, besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov variabel Reputasi Perusahaan adalah 0,111 dan nilai signifikansi sebesar $0,063 > \text{Asymp. Sig. (2-tailed)}$ sebesar 0,05. Berdasar hasil uji normalitas, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi model 2 memiliki distribusi data normal.

4.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

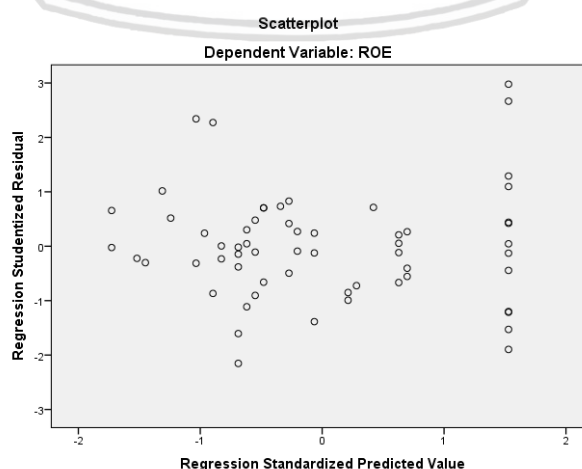
Syarat untuk dapat menggunakan persamaan regresi linear adalah terpenuhinya uji asumsi klasik. Persyaratan uji asumsi klasik yang harus dipenuhi adalah:

- Homoskedastisitas, yang berarti varian dari variabel independen adalah sama untuk setiap nilai tertentu variabel independen.
- Non-autokorelasi, yang berarti kesalahan atau gangguan yang masuk kedalam fungsi regresi populasi adalah random atau tidak berkorelasi.

4.3.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas (Ghozali 2009:125). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan *scatterplots*. Hasil uji heteroskedastisitas persamaan regresi disajikan pada gambar berikut ini:

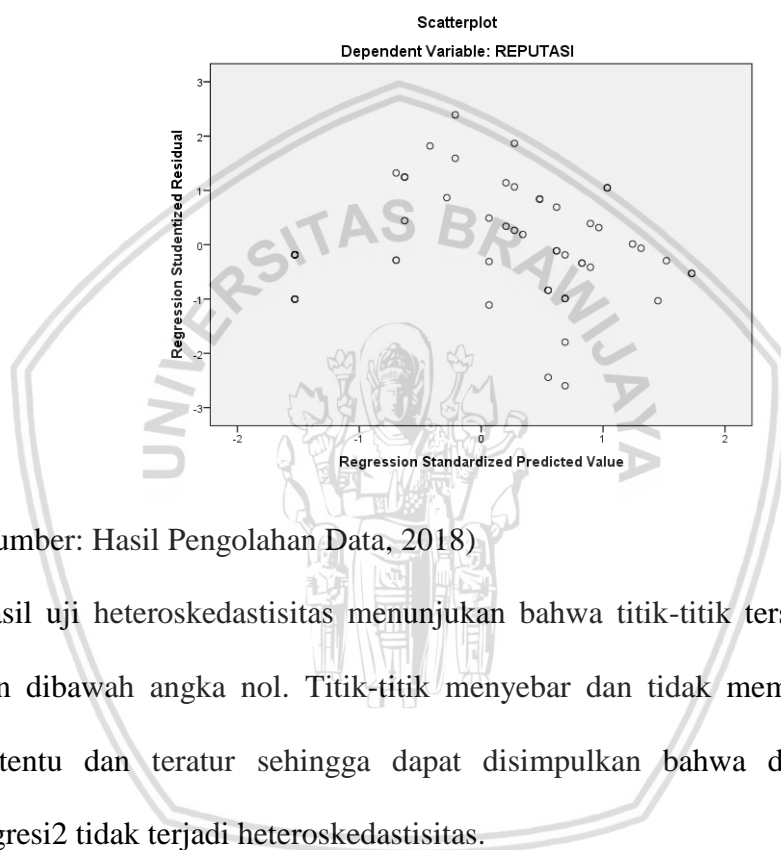
Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplots* Model 1



(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di atas dan dibawah angka nol. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dan teratur sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi1 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplots* Model 2



(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di atas dan dibawah angka nol. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dan teratur sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi2 tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.2 Hasil Pengujian Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali, 2011:101). Autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji *Durbin Watson* yaitu dengan membandingkan nilai *Durbin Watson* hitung (d) dengan nilai *Durbin Watson* tabel yaitu batas lebih tinggi (*upperbond* atau du) dan batas

lebih rendah (*lower bond* atau d1). Santoso (2010) dalam Setyawan (2017) menyatakan bahwa angka *Durbin Watson* mendekati dari ± 2 menunjukkan tidak terjadinya autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dengan *Durbin Watson* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Autokorelasi Model 1

Durbin-Watson
1,113

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan nilai Durbin Watson (DW) hitung sebesar 1,113. Hasil DW hitung mendekati ± 2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model 1 tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Autokorelasi Model 2

Durbin-Watson
1,273

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan nilai Durbin Watson (DW) hitung sebesar 1,273. Hasil DW hitung mendekati ± 2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model 2 tidak terjadi autokorelasi.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X . Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan atau dipengaruhi oleh variabel X . Hasil uji determinasi R^2 terdapat pada beberapa gambar berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 pada Model 1

R Square	Std. Error of the Estimate
0,085	10,66538

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Menurut gambar di atas nilai R^2 pada variabel ROE adalah 0,085 di mana tidak sama dengan 0 dan mendekati nilai 1, artinya variasi dari Kinerja Keuangan secara keseluruhan dapat diterangkan atau dipengaruhi oleh variabel Pelaporan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 pada Model 2

R Square	Std. Error of the Estimate
0,514	1,260

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Menurut gambar di atas nilai R^2 pada variabel Reputasi Perusahaan adalah 0,541 di mana tidak sama dengan 0 dan mendekati nilai 1, artinya

variasi dari Reputasi Perusahaan secara keseluruhan dapat diterangkan atau dipengaruhi oleh variabel Pelaporan *Corporate Social Responsibility*.

4.4.2 Hasil Uji t

Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial yang berpengaruh nyata(signifikan) atau tidak terhadap variabel dependen, derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (Gozali, 2009:88). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat signifikansi maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen secara nyata dan konsisten.

Berdasarkan hasil uji SPSS 23 maka hasil dari uji t sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji t pada Model 1

t
-2,322

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasar tabel 4.9, hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 1 didapat nilai t hitung sebesar -2,322 dan didapat nilai t tabel 2,00172 berdasar nilai df sebesar 58.

Tabel 4.10
Hasil Uji t pada Model 2

t
8,264

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasar tabel 4.10, Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 2 didapat nilai t hitung sebesar 8,264 dan didapat nilai t tabel 2,00172 berdasar nilai df sebesar 58.

4.4.3 Hasil Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apabila semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011:98). Dimana pada uji F terdapat kriteria uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas/ signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai probabilitas/ signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, peneliti menggunakan bantuan program *software SPSS* versi 23.00. Hasil analisis uji F dapat dilihat dari pada gambar berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji F pada Model 1

Sig.
0,024

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasar gambar di atas, nilai signifikan 0,024 lebih kecil daripada 0,05 menyebabkan H_0 ditolak artinya variabel X yang diwakili Pelaporan *Corporate Social Responsibility* **berpengaruh** terhadap variabel Y Kinerja Keuangan.

Tabel 4.12
Hasil Uji F pada Model 2

Sig.
0,000

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasar gambar di atas, nilai signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05 menyebabkan H_0 ditolak artinya variabel X yang diwakili Pelaporan *Corporate Social Responsibility* **berpengaruh** terhadap variabel Y, Reputasi Perusahaan.

4.4.4 Hasil Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel independen (X) Pelaporan CSR, terhadap dua variabel dependen (Y_1) dan (Y_2). Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, peneliti menggunakan bantuan program *software* SPSS versi 23.00. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat dari pada gambar berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 1

Variabel	Unstandardized		T	Sig.
	Coefficients			
	B	Std. Error		
(Konstanta)	21,040	2,530	8,316	0,000
CSR	-0,223	0,096	-2,322	0,024

Variabel Dependen: ROE

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hasil hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan

Hipotesis Satu (H_1) : Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan

Berdasarkan tabel 4.9 dan tabel 4.13, pengaruh variabel pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan memiliki nilai thitung sebesar -2,322 (thitung > ttabel) yaitu 2,00172, nilai signifikansi 0,024 (Sig. >0,005) dan koefisien β negatif sebesar -0,223. Hal tersebut mengindikasikan H_a ditolak yang berarti pelaporan CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model 2

Variabel	Unstandardized		T	Sig.
	Coefficients			
	B	Std. Error		
(Konstanta)	2,227	0,229	7,448	0,000
CSR	0,095	0,011	8,264	0,000

Variabel Dependen: Reputasi Perusahaan
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hasil hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

2. Pengaruh Pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan

Hipotesis Dua (H_2) : Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan

Berdasarkan tabel 4.10 dan tabel 4.14, pengaruh variabel pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar 8,264 (t hitung > t tabel) yaitu 2,00172, nilai signifikansi 0,000 (Sig. < 0,005) dan koefisien β positif sebesar 0,095. Hal tersebut mengindikasikan H_a diterima yang berarti pelaporan CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan

Bedasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Pelaporan *Corporate Social Responsibility* **berpengaruh negatif** terhadap variabel Kinerja Keuangan. Pada penelitian terdahulu milik Indrawan (2011), pelaporan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dikarenakan peneliti hanya menggunakan data periode satu tahun yaitu pada tahun 2007, sehingga ada *range* data berbeda dan pada penelitian Husnan (2013), pelaporan CSR berpengaruh positif terhadap ROE dikarenakan adanya perbedaan indikator dan pengukuran pelaporan CSR sehingga pada penelitian ini didapatkan hasil yang berbeda. Berdasar hasil uji regresi pada variabel kinerja keuangan dan perbedaan pada penelitian terdahulu, disimpulkan apabila pelaporan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Semakin tinggi variabel Pelaporan CSR diungkapkan, maka semakin rendah nilai Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan nilai ROE. Hasil ini didukung dengan *Agency Theory* apabila beberapa biaya memang sengaja dikeluarkan untuk melakukan pertanggungjawaban pada pemilik modal dalam hal ini investor sehingga laba dilaporkan lebih rendah.

2. Pengaruh pelaporan CSR terhadap reputasi perusahaan

Bedasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa Pelaporan *Corporate Social Responsibility* **berpengaruh positif** terhadap Reputasi Perusahaan, yang artinya hasil dari penelitian antara variabel di atas dapat memperkuat *signal theory* dimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* merupakan

sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham dan masyarakat dan *stakeholder theory* yang menyatakan pelaporan *Corporate Social Responsibility* dianggap salah satu bentuk komunikasi perusahaan kepada para *stakeholder*. Dari hasil uji dan teori yang mendukung, dapat ditarik kesimpulan jika semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, reputasi perusahaan semakin akan membaik baik di mata investor maupun masyarakat.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dengan sampel data perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 23 for Windows.

Berdasar hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa Pelaporan *Corporate Social Responsibility* menurunkan kinerja keuangan. Semakin banyak *point* pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan, maka kinerja keuangan semakin rendah. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan. Semakin banyak *point* pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan, maka semakin tinggi pula nilai reputasi perusahaan yang berarti reputasi perusahaan semakin baik di mata investor maupun masyarakat.

Pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang menurunkan kinerja keuangan, mendukung *agency theory* dimana perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak rendah, akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen seperti biaya pelaporan *Corporate Social Responsibility* sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan,

sehingga laba yang diungkapkan akan rendah. Laba yang rendah tentu akan berdampak pada rendahnya kinerja keuangan yang diproksikan nilai ROE. Pelaporan *Corporate Social Responsibility stakeholder theory* yang menyatakan pelaporan *Corporate Social Responsibility* merupakan satu bentuk komunikasi dari sisi perusahaan kepada para *stakeholder* dan *signal theory* dimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* merupakan sinyal positif yang diberikan dari sisi perusahaan kepada pemegang saham dan masyarakat. Pada sisi perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan seberapa banyak pengungkapan pelaporan CSR. Pada sisi investor, hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan dimana semakin banyak pelaporan *Corporate Social Responsibility* maka semakin baik reputasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Obyek penelitian yang dilakukan terbatas pada laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang *listing* di BEI tahun 2014-2017 mungkin hasilnya akan berbeda ketika menggunakan periode lain.
2. Indikator pelaporan CSR pada penelitian ini menggunakan indikator GRI dan reputasi perusahaan mengacu poin pada buku Anggoro (2010:62), sehingga mungkin akan berbeda ketika penelitian lain menggunakan indikator lain.

5.3 Saran

Berdasar keterbatasan penelitian, maka diajukan pula saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Diharapkan adanya perbedaan periode penelitian, sehingga akan didapatkan hasil yang jika berbeda dapat dijadikan perbandingan dan referensi lain.
2. Diharapkan data yang diperoleh dapat diolah menggunakan indikator lainnya, sehingga akan didapatkan pembanding untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan, ternyata berpengaruh negatif sehingga untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, pelaporan *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan hal utama yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kinerja keuangan.
2. Dari penelitian pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan yang memiliki pengaruh positif. Reputasi perusahaan dapat meningkat apabila, pelaporan *Corporate Social Responsibility* diperhatikan dan terus ditingkatkan pengungkapannya. Saran yang dapat diberikan dari peneliti kepada perusahaan adalah:
 - a. Mengefektifkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* agar tepat sasaran dan efisien dari segi biaya.

- b. Memfokuskan untuk meningkatkan pendapatan dari faktor selain kegiatan *Corporate Social Responsibility*.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Lingga M. 2010. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Bumi Aksara. Jakarta
- Ajilaksana, I Dewa Ketut Yudhayana, 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Amanti, Lutfilah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya Vol. 1 No.1. Surabaya.
- Anggraini. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi 9.
- Ariningtika, Pradestika. 2013. *Pengaruh Praktik Tata Kelola Perusahaan yang Baik terhadap Pengungkapan Lingkungan Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Badjuri, A. 2011. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kualitas Audit Auditor Independen pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di Jawa Tengah*. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, III(2), 183-197.
- Cheng, Megawati. 2011. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return*. Jurnal Akuntansi. Universitas Petra. Surabaya.
- Fahrizal, Helmy. 2013. *Pengaruh Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE) Dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17*. Cetakan Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Handayani, Ari Retno. 2010. *Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance serta Environmental Disclosure terhadap Economic Performance*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hernitra, Wellarizma. 2011. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Jember.
- Husnan, Ahmad. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr Disclosure) terhadap Kinerja Keuangan*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indonesian Stock Exchange. 2017. Laporan Tahunan 2014-2017. http://www.idx.co.id/id_id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangan/gandantahunan.aspx. Diakses pada 21 April 2018.
- Indrawan, Danu Candra. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kurnianto, Eko Adhy. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Study Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2005-2008)*. Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*. Skripsi.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47, Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Permatasari, Agustine. 2012. *Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA), Return on Equity (ROE) terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan yang Tercantum dalam Indeks LQ 45*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Jawa Timur.
- Rahayu, Sri. 2010. *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Semarang.

- Reny D, Retno M. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance aan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Rinaldy, Y. 2011. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kepemilikan Institusional pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Saputri, Nurmaya. 2010. *Analisis Corporate Social Responsibility Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Fast Food Indonesia di Kota Semarang*
- Setyawan, Angga. 2017. *Kepemilikan Keluarga, Leverage, dan Kinerja Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2011-2015*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40, Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Winda, Rika. 2018. *Analisis Produk dan Citra Koperasi terhadap Wirausaha Koperasi dalam Meningkatkan Industri Rumah Tangga pada Masyarakat Desa Lubuk Saban Pantai Cermin Kabupaten Deli Serdang*. Jurnal Manajemen. Universitas Pembangunan Panca Budi. Medan.

LAMPIRAN**Lampiran 1**

Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ICBP	Indofood CBP Tbk.
2	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
3	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
4	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
5	MYOR	Mayora Indah Tbk.
6	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
7	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk.
8	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
9	RMBA	Bentoel International Investama Tbk.
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
11	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
12	INAF	Indofarma Tbk.
13	KAEF	Kimia Farma Tbk.
14	KLBE	Kalbe Farma Tbk.
15	CINT	Chitose Internasional Tbk.

Lampiran 2

Daftar Pengolahan Data dari Laporan Perusahaan tahun 2014-2017

Kode Saham Perusahaan	Tahun	Jumlah Indikator GRI	Nilai ROE	Jumlah Indikator Reputasi Perusahaan
ICBP	2014	34	13,5	5
	2015	36	15,5	6
	2016	40	17,5	6
	2017	47	17,3	6
INDF	2014	44	8,9	6
	2015	43	8,3	5
	2016	37	9,5	7
	2017	47	10,3	6
CLEO	2014	0	1,39	3
	2015	0	5,2	3
	2016	0	8,47	4
	2017	29	7,59	5
HOKI	2014	0	21,5	2
	2015	0	25,6	2
	2016	0	19,72	3
	2017	32	9,89	5
MYOR	2014	26	10	6
	2015	26	24	7

Kode Saham Perusahaan	Tahun	Jumlah Indikator GRI	Nilai ROE	Jumlah Indikator Jefkins
MYOR	2016	29	22	6
	2017	29	22	6
ROTI	2014	26	19,64	5
	2015	27	22,76	5
	2016	30	19,39	4
	2017	30	4,8	4
ULTJ	2014	12	12,51	3
	2015	13	18,7	4
	2016	13	20,34	5
	2017	13	16,91	5
HSMP	2014	0	25,4	1
	2015	0	32,4	1
	2016	37	37,3	6
	2017	35	37,1	6
RMBA	2014	0	48,66	1
	2015	0	51,89	1
	2016	0	34,41	1
	2017	41	22,47	6
WIIM	2014	0	16,44	2
	2015	31	14,6	6

Kode Saham Perusahaan	Tahun	Jumlah Indikator GRI	Nilai ROE	Jumlah Indikator Jefkins
WIIM	2016	34	11	5
	2017	35	4,1	5
DLVA	2014	0	8	2
	2015	13	11,1	5
	2016	12	14,1	5
	2017	25	14,5	6
INAF	2014	23	1,25	5
	2015	31	2,39	5
	2016	32	-3,02	4
	2017	32	-8,79	4
KAEF	2014	23	14,59	3
	2015	30	13,2	2
	2016	32	12,36	2
	2017	32	13,7	2
KLBE	2014	12	21,16	3
	2015	25	18,32	5
	2016	23	18,45	5
	2017	31	17,3	3
CINT	2014	16	25	6
	2015	18	9,36	5

Kode Saham Perusahaan	Tahun	Jumlah Indikator GRI	Nilai ROE	Jumlah Indikator Jefkins
CINT	2016	19	6,3	6
	2017	19	7,8	7



Lampiran 3

Analisis Data SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test ROE

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	10,57461081
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,098
	Negative	-,055
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Reputasi Perusahaan

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,24957602
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,111
	Negative	-,089
Test Statistic		,111
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,5410	21,0403	16,1108	3,22462	60
Residual	-22,68183	30,84970	,00000	10,57461	60
Std. Predicted Value	-1,727	1,529	,000	1,000	60
Std. Residual	-2,127	2,893	,000	,991	60

a. Dependent Variable: ROE

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,23	6,64	4,30	1,356	60
Residual	-3,233	2,988	,000	1,250	60
Std. Predicted Value	-1,529	1,727	,000	1,000	60
Std. Residual	-2,565	2,371	,000	,991	60

a. Dependent Variable: REPUTASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,292 ^a	,085	,069	10,66538

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: ROE

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,735 ^a	,541	,533	1,260

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: REPUTASI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	613,494	1	613,494	5,393	,024 ^b
	Residual	6597,521	58	113,750		
	Total	7211,015	59			

a. Dependent Variable: ROE

b. Predictors: (Constant), CSR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108,475	1	108,475	68,294	,000 ^b
	Residual	92,125	58	1,588		
	Total	200,600	59			

a. Dependent Variable: REPUTASI

b. Predictors: (Constant), CSR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,040	2,530		8,316	,000
	CSR	-,223	,096	-,292	-2,322	,024

a. Dependent Variable: ROE

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,227	,299		7,449	,000
	CSR	,094	,011	,735	8,264	,000

a. Dependent Variable: REPUTASI

Residuals Statistics^a

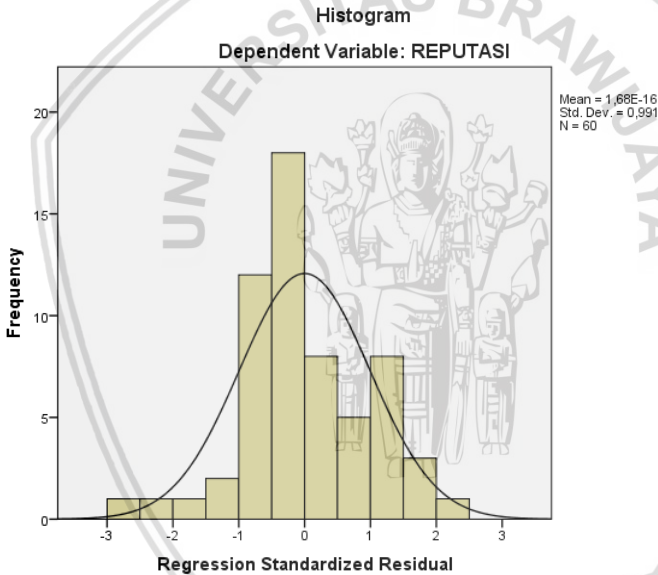
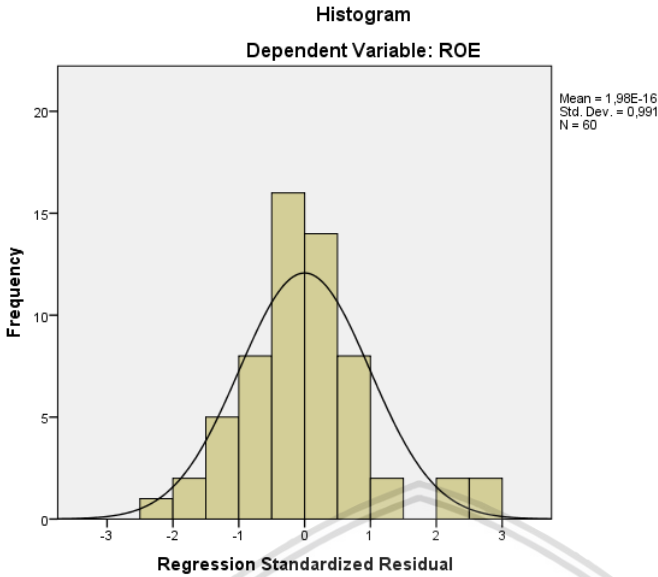
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,5410	21,0403	16,1108	3,22462	60
Std. Predicted Value	-1,727	1,529	,000	1,000	60
Standard Error of Predicted Value	1,380	2,765	1,894	,456	60
Adjusted Predicted Value	10,0538	22,2121	16,0799	3,25424	60
Residual	-22,68183	30,84970	,00000	10,57461	60
Std. Residual	-2,127	2,893	,000	,991	60
Stud. Residual	-2,153	2,978	,001	1,012	60
Deleted Residual	-23,25609	32,68930	,03097	11,02602	60
Stud. Deleted Residual	-2,226	3,207	,008	1,043	60
Mahal. Distance	,004	2,984	,983	,963	60
Cook's Distance	,000	,264	,022	,048	60
Centered Leverage Value	,000	,051	,017	,016	60

a. Dependent Variable: ROE

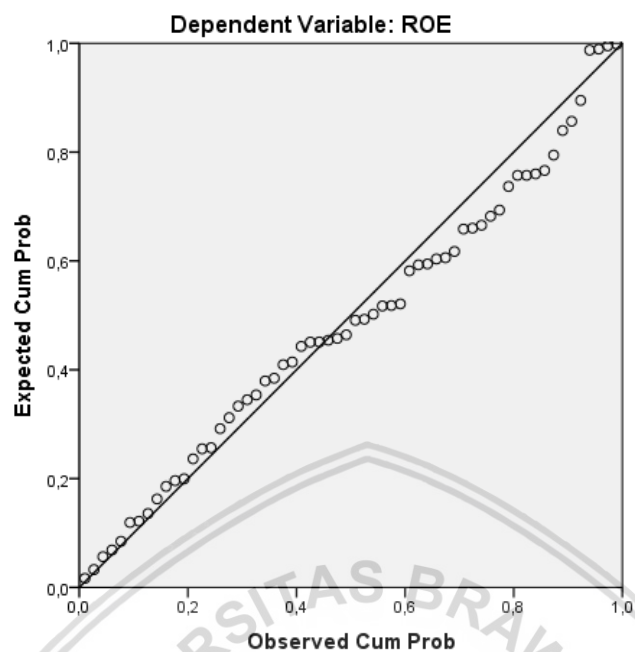
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,23	6,64	4,30	1,356	60
Std. Predicted Value	-1,529	1,727	,000	1,000	60
Standard Error of Predicted Value	,163	,327	,224	,054	60
Adjusted Predicted Value	2,24	6,69	4,31	1,351	60
Residual	-3,233	2,988	,000	1,250	60
Std. Residual	-2,565	2,371	,000	,991	60
Stud. Residual	-2,598	2,392	-,003	1,005	60
Deleted Residual	-3,315	3,041	-,008	1,284	60
Stud. Deleted Residual	-2,739	2,498	-,004	1,025	60
Mahal. Distance	,004	2,984	,983	,963	60
Cook's Distance	,000	,085	,014	,017	60
Centered Leverage Value	,000	,051	,017	,016	60

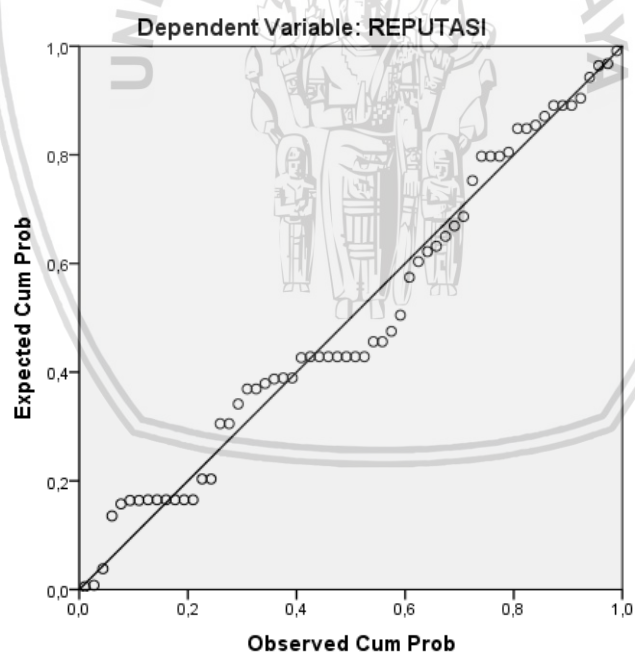
a. Dependent Variable: REPUTASI

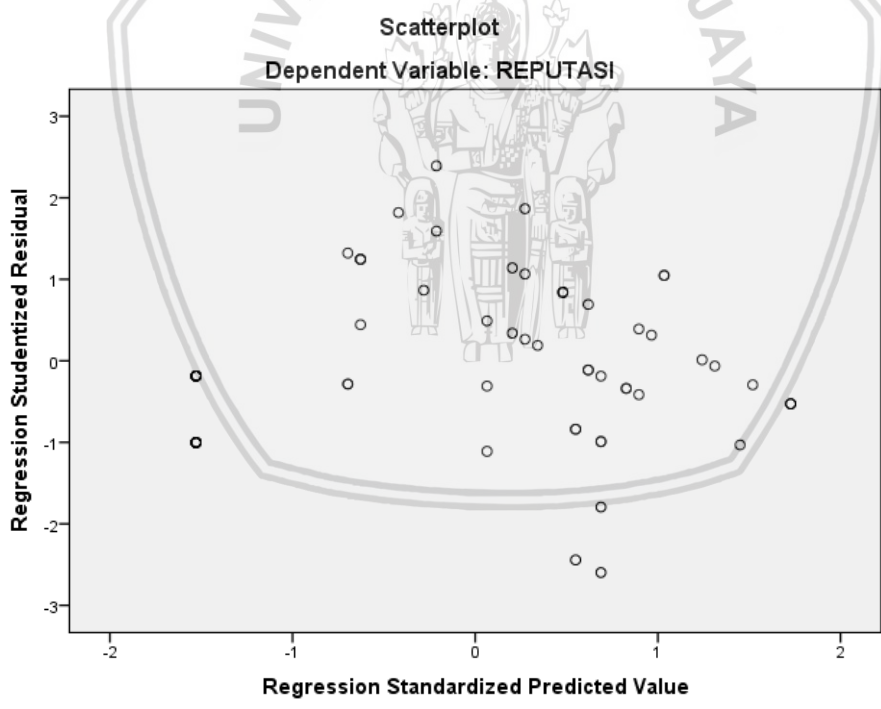
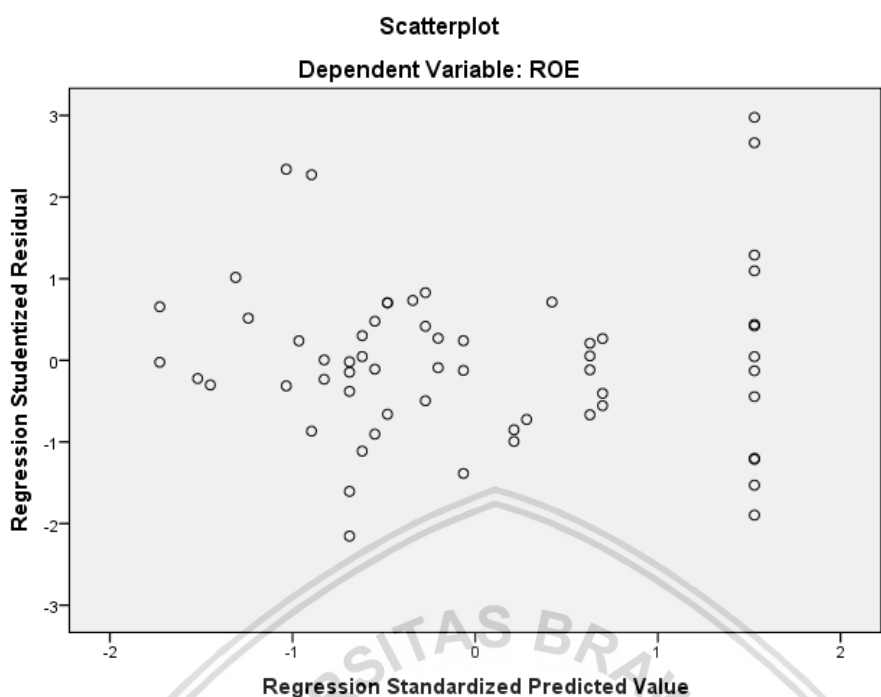


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Lampiran 4

Daftar Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Ahmad Husnan (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR <i>Disclosure</i>) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel Independen: - Corporate Social Responsibility dengan 79 pengungkapan menurut GRI - Variabel Dependen: Kinerja Keuangan	- Pengujian hipotesis 1 diperoleh bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA dengan arah positif. - Pengujian hipotesis 2 diperoleh bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE. - Pengujian hipotesis 3 diperoleh bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap ROS - Pengujian hipotesis 4 diperoleh bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Current Rasio.

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Wellarizma Hernitra (2011)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan	Vaariabel Independen: - Pengungkapan CSR Vaariabel Dependen: - Profitabilitas perusahaan	- Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
Lutfilah Amanti (2012)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel Independen: - GCG - Pangungkapan CSR Variabel Dependen: - Nilai Perusahaan	- GCG terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan namun tidak signifikan - Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Rezi Setin Novian (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada <i>Market Value Added</i> (MVA) Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan	Variabel Independen: - Pelaporan CSR Variabel Dependen: - Market Value Added (MVA) Perusahaan	CSR berpengaruh terhadap MVA pada perusahaan manufaktur dan pertambangan
Ni Made Ayu D., Made Gede Wirakusuma, I Made Sadha S., (2012)	Pengaruh Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Hubungan antara Kinerja Keuangan	Variabel Independen: - Pengungkapan CSR Variabel Dependen: - Hubungan ROA dengan return saham - Hubungan EVA dengan return saham	- Pengungkapan CSR tidak terbukti secara signifikan pada hubungan antara ROA dengan return saham, maupun EVA dengan return saham

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Kurnianto, Eko Adhy (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008)	Variabel Independen: - Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: -Kinerja Keuangan yang diproksikan ROE -Kinerja Keuangan yang diproksikan <i>abnormal return</i>	-Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROE -Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap <i>abnormal return</i>
Indrawan, Danu Candra (2011)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Independen: - Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: -Kinerja Keuangan diukur menggunakan nilai ROE -Kinerja Pasar diukur menggunakan nilai CAR	-Pelaporan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROE) -Pelaporan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar (CAR)